**BAB II**

**KAJIAN TEORI**

**2.1 Pengertian Komunikasi**

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dalam perusahaan komunikasi merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan untuk mengadakan hubungan antara manajer dengan bawahannya. Karena itu komunikasi perlu dilakukan agar maksud dan pesan yang disampaikan dapat diterima sesuai dengan keinginan pengirim berita.

Sedangkan Kartono (2009:212) “komunikasi adalah arus informasi dan emosi yang terdapat dalam masyarakat, baik yang berlangsung secara vertikal maupun horisontal”.

Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah:

a. Suatu kegiatan untuk membuat orang lain mengerti apa yang dimaksud dalam komunikasi yang dilakukan.

b. Suatu saran pengalihan informasi dari komunikator kepada komunikan.

c. Suatu sistem agar terbentuk jalinan komunikasi antar individu.

**2.1.1 Unsur-unsur Komunikasi**

 Telah dijelaskan di atas bahwa komunikasi adalah kegiatan penyampaian informasi oleh komunikator kepada komunikan. Dengan mempelajari definisi tersebut, kita dapat menguraikan beberapa unsur komunikasi.

Menurut Mohyi (2003:112-113) dalam komunikasi terdapat beberapa unsur komunikasi yaitu:

1. Komunikator, seseorang atau beberapa orang yang menyampaikan informasi (pesan) kepada komunikan.

2. Komunikan, seseorang atau beberapa orang yang menerima informasi dari komunikator.

3. Informasi, sesuatu yang ingin disampaikan kepada komunikan. Informasi ini terbagi lagi menjadi dua yaitu informasi yang dikirimkan dan informasi yang diterima. Selain dua hal ini, ketika komunikator menyampaikan info kepada komunikan pasti memiliki tujuan informasi yaitu tujuan ketika informasi tersebut disampaikan.

4. Media, sarana yang digunakan untuk menyalurkan informasi dari komunikator kepada komunikan.

5. Umpan balik atau efek, tanggapan (respon) atau reaksi dari komunikan ketika menerima informasi dari komunikator.

**2.1.2 Fungsi dan Tujuan Komunikasi**

Komunikasi mempunyai empat fungsi utama dalam sebuah kelompok atau organisasi, yaitu: fungsi kendali, motivasi, pernyataan emosi, dan informasi. Komunikasi berfungsi untuk mengendalikan perilaku anggotanya hal ini bisa dilihat melalui tata tertib, peraturan dan lain-lainnya. Komunikasi juga memelihara motivasi dengan memberikan penjelasan kepada karyawan /anggota tentang apa yang harus dilakukan, bagaimana melakukannya, seberapa baik dikerjakan, dan seterusnya. Selain itu komunikasi merupakan jalan untuk menyampaikan, menyatakan emosi perasaan dan pemenuhan kebutuhan sosial, komunikasi juga memberikan informasi (Robbins, 2009:5).

Menurut Pareek (2010:97-99) tidak hanya fungsi saja yang ada dalam komunikasi, tetapi komunikasi juga memiliki tujuan yaitu:

a. Memberikan informasi, mengirimkan informasi dari suatu sumber kepada orang-orang atau kelompok alamat komunikasi.

b. Umpan balik, komunikasi umpan balik membantu usaha mengambil langkah-langkah perbaikan dan penyesuaian yang diperlukan serta memberikan motivasi kepada orang-orang/karyawan untuk mengembangkan rencana-rencana yang menantang dan realistis.

c. Pengaruh, mempengaruhi orang.

d. Memecahkan persoalan.

e. Pengendalian, komunikasi membantu terlaksananya pengendalian.

f. Pengambilan keputusan, penyelesaian alternatif dan pertukaran pendapat tentang berbagai hal.

g. Mempermudah perubahan, efektivitas suatu perubahan yang diadakan dalam suatu organisasi sebagian besar tergantung pada kejernihan dan spontanitas komunikasi.

h. Pembentukan kelompok, komunikasi membantu pembentukan hubungan.

**2.1.3 Macam-macam Komunikasi**

Menurut Mohyi (2003:113-115) macam-macam komunikasi manajemen dapat dikelompokkan berdasarkan berikut:

a. Berdasarkan tempatnya komunikasi dapat dibagi:

1. Komunikasi internal (*internal communication*), yaitu bila dilihat dari arus komunikasinya terdiri dari:

a) Komunikasi vertikal (*vertical communication*).

b) Komunikasi horizontal (*horizontal communication*).

c) Komunikasi diagonal (*diagonal communication*).

2. Komunikasi eksternal:

a) Komunikasi dengan masyarakat sekitar.

b) Komunikasi dengan lembaga, instansi atau organisasi lain.

c) Komunikasi dengan pers.

d) Komunikasi dengan pelanggan.

b. Berdasarkan lambang yang digunakan komunikasi dapat dibagi:

1. Komunikasi verbal (*verbal communication*), terdiri dari:

a) Komunikasi dengan lisan.

b) Komunikasi dengan tulisan.

2. Komunikasi non verbal:

a) Komunikasi dengan gerak isyarat (*gesture*).

b) Komunikasi dengan gambar.

c) Komunikasi dengan warna.

c. Berdasarkan metode (tehnik) dalam komunikasi, dapat dibagi:

1. Komunikasi langsung (*direct communication*), terdiri dari:

a) Komunikasi antar personal.

b) Komunikasi dengan kelompok, yang meliputi:

1) Kelompok besar.

2) Kelompok kecil.

2. Komunikasi tidak langsung (*indirect communication*), terdiri dari:

a) Komunikasi dengan media massa (*mass media*).

b) Komunikasi dengan media non massa (*non mass media*).

**Komunikasi ke bawah**

Komunikasi ke bawah dalam sebuah organisasi berarti bahwa informasi mengalir dari jabatan berotoritas tinggi kepada mereka yang berotoritas lebih rendah. Biasanya kita beranggapan bahwa informasi bergerak dari manajemen kepada para pegawai, namun, dalam organisasi kebanyakan, hubungan ada pada kelompok manajemen (Davis dalam Pace, 2007:184). Kebanyakan komunikasi kebawah digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan yang berkenaan dengan tugas-tugas dan pemeliharaan. Pesan tersebut biasanya berhubungan dengan pengarahan, tujuan, disiplin,perintah,pertanyaan, dan kebijaksanaan umum. Menurut Lewis (1987) dalam Arni Muhammad (2009:108), komunikasi ke bawah adalah untuk menyampaikan tujuan, untuk merubah sikap, membentuk pendapat, mengurangai ketakutan dan kecurigaan yang timbul karena salah informasi, mencegah kesalahpahaman karena kurang informasi.

**Komunikasi ke atas**

 Komunikasi ke atas dalam sebuah organisasi berarti bahwa informasi mengalir dari tingkat yang lebih tinggi. Semua anggota dalam organisasi, kecuali mereka yang menduduki posisi puncak, mungkin berkomunikasi ke atas, yakni setiap bawahan dapat mempunyai alasan yang baik atau meminta informasi kepada seseorang yang otoritasnya lebih tinggi daripada dia. Suatu permohonan atau komentar yang diarahkan kepada individu yang otoritasnya lebih besar, lebih tinggi, atau lebih luas merupakan esensi komunikasi ke atas.

Menurut Pace & Faules (2008:190) komunikasi ke atas penting karena beberapa alasan:

1. Aliran informasi ke atas memberi informasi berharga untuk pembuatan keputusan oleh mereka yang mengarahkan organisasi an mengawasi kegiatan orang-orang lainya (Sharma, 2001).
2. Komunikasi ke atas memberitahukan kepada penyelia kapan bawahan mereka siap menerima informasi dari mereka dan seberapa baik bawahan menerima apa yang dikatakan kepada mereka (Planty & Machaver, 1999).
3. Komunikasi ke atas memungkinkan –bahkan mendorong– omelan dan keluh kesah muncul ke permukaan sehingga penyelia tahu apa yang mengganggu mereka yang paling dekat dengan operasi-operasi sebenarnya (Conboy, 2000).
4. Komunikasi ke atas mengizinkan penyelia untuk menentukan apakah bawahan memahami apa yang diharapkan dari aliran informasi ke bawah (Planty & Machaver, 1989).

Purwanto (2010:23) mengatakan bahwa dalam struktur organisasi garis, fungsional, maupun matrik nampak berbagai macam posisi atau kedudukan yang masing-masing sesuai dengan batas tanggungjawab dan wewenangnya. Dalam kaitannya dengan proses penyampaian informasi dari pimpinan kepada bawahan, ataupun dari manajer ke karyawan, pola transformasi informasinya dapat berbentuk sebagai berikut:

1. Komunikasi Vertikal

a. Komunikasi Dari Atas Ke Bawah

Secara sederhana, transformasi informasi dari pimpinan ke bawahan umumnya terkait dengan tanggungjawab dan wewenang seseorang dalam suatu organisasi.

b. Komunikasi Dari Bawah Ke Atas

Alur informasi berasal dari bawah menuju ke atas. Informasi mula-mula berasal dari para karyawan selanjutnya disampaikan ke bagian pabrik, ke manajer produksi, dan akhirnya ke manajer umum.

2. Komunikasi Horisontal

Komunikasi horisontal sering disebut dengan istilah komunikasi lateral adalah komunikasi yang terjadi antar bagian-bagian yang memiliki posisi sejajar atau sederajat dalam suatu organisasi.

**2.1.4 Proses dalam Komunikasi**

Dalam komunikasi terdapat upaya menyampaikan informasi oleh komunikator kepada komunikan. Penyampaian ini membutuhkan beberapa proses.

Menurut Gibson dkk (2001:105) proses itu terdiri atas lima unsur; (1) komunikator, (2) pesan, (3) perantara, (4) penerima dan (5) balikan.proses tersebut seperti pada gambar berikut:

**Gambar. 2.1**

**Proses Komunikasi**

Komunikator

Perantara

Pesan

 .

Penerima

Balikan

**Sumber : Gibson, 2001:105**

Selain itu Davis dan Newstrom (1985:152-153) yang di sadur oleh Purwanto (2010:12) berpendapat bahwa proses penyampaian pesan dari pengirim kepada penerima ini mengharuskan adanya enam langkah yaitu:

a. Mengembangkan gagasan yang ingin disampaikan pengirim.

b. Menyandikan gagasan menjadi kata-kata, bagan atau simbol lain yang pantas.

c. Menyampaikan dengan cara yang dipilih, seperti melalui memo, telepon atau kunjungan pribadi.

d. Menerima pesan.

e. Mengolah sandi agar pesan yang disampaikan dapat dipahami.

f. Penggunaan pesan yang digunakan oleh penerima.

**2.1.5 Syarat-syarat Komunikasi Efektif**

Menurut Mohyi (2003:116), agar komunikasi yang dilakukan dapat efektif dan efisien, maka ada beberapa hal yang harus diperhatikan, yaitu:

1. Komunikasi harus dilandasi oleh rasa saling percaya/adanya pengertian.

2. Komunikasi yang dilakukan harus memenuhi syarat (jelas, tegas, lengkap, singkat, dan tepat waktu).

3. Dalam melaksanakan komunikasi perlu memperhatikan situasi dan kondisi.

4. Apabila dianggap perlu maka melaksanakan komunikasi dapat menggunakan persuasi (memasukkan faktor sugesti, sehingga apa yang diinginkan dalam merubah sikap, tingkah laku dan perbuatan dari bawahan mencapai sasaran).

Sementara Robbins (2009:155-156) mengatakan agar komunikasi yang dilakukan dapat efektif hendaknya memperhatikan hal-hal yang dapat memperlambat atau mengacaukan komunikasi sebagai berikut:

1. Penyaringan, mengacu pada manipulasi informasi secara sengaja oleh pengirim berita sehingga informasi itu akan tampak lebih menyenangkan bagi penerima informasi.

2. Persepsi Selektif, penerima informasi dalam proses komunikasi melihat dan mendengar sesuatu dengan selektif berdasarkan kebutuhan, motivasi, latar belakang dan karakteristik kepribadiannya.

3. Gaya Gender, laki-laki dan perempuan menggunakan komunikasi lisan untuk alasan yang berbeda. Sebagai konsekuensinya, jenis kelamin menjadi hambatan bagi komunikasi yang efektif antara kedua jenis kelamin tersebut.

4. Emosi, perasaan penerima informasi akan mempengaruhi cara dia menafsirkannya.

5. Bahasa, kata-kata mempunyai arti yang berbeda bagi orang yang berbeda pula.

6. Petunjuk Non Verbal, petunjuk non verbal hampir selalu diiringi dengan komunikasi lisan. Selama berkesesuaian keduanya akan saling menguatkan dan sebaliknya.

**2.1.6 Hambatan-hambatan dalam Komunikasi**

Komunikasi sering tidak efektif, karena adanya kekuatan-kekuatan dari luar yang menghambat pelaksanaan komunikasi tersebut. Hambatan-hambatan komunikasi yang efektif biasanya disebabkan dari dalam tubuh organisasi itu sendiri dan juga hambatan-hambatan antar pribadi. Hambatan antar pribadi bias berupa status komunikator atau komunikan, pembelaan diri, ketidaktepatan bahasa, kelemahan pendengaran dan pengorganisasian lingkungan atau perspektif selektif. Dalam hal ini Robbins, P. Stephen, (2009:252) menyebutkan hambatan komunikasi:

1. Hambatan psikologi.

Hambatan psikologi ini terjadi karena beberapa hal, misalnya karena komunikasi yang disampaikan sering keliru dan diralat, turunnya kewibawaan dari atasan dan sebagainya.

2. Hambatan kurang adanya motivasi.

Kemampuan perusahaan untuk memotivasi orang-orang karena merupakan kunci mau tidaknya orang-orang melaksanakan rencana, instruksi, petunjuk dan saran yang dikomunikasikan.

3. Hambatan kurang adanya partisipsi.

Partisipasi antara yang satu dengan yang lain perlu ditingkatkan baik antara atasan dan bawahan maupun tingkat yang sejajar. Untuk meningkatkan partisipasi maka perlu untuk ikut serta dalam pembuatan rencana-rencana.

4. Hambatan banyaknya perantara.

Suatu komunikasi dalam penyampaiannya mungkin harus melalui beberapa perantara. Dan mungkin perantara yang harus dilalui dengan penyampaian komunikasi ini cukup baik.

**2.2 Pengertian Kepuasan**

Konsep kepuasan kerja dapat ditemukan pada sikap yang merupakan salah satu bagian dari nilai. Nilai merupakan keyakinan dasar bahwa suatu modus prilaku atau keadaan akhir dari eksistensis yang khas lebih disukai secara pribadi atau sosial daripada suatu modus prilaku atau keadaan akhir yang berlawanan. Nilai mengandung suatu unsur pertimbangan dalam arti nilai mengembang gagasan-gagasan seorang individu mengenai apa yang benar baik atau diinginkan (Robbins, 2009:82).

**2.2.1 Pengertian kepuasan kerja**

Kepuasan kerja merupakan hal penting yang dimiliki oleh setiap orang dalam bekerja dengan tingkat kepuasan yang tinggi pegawai akan bekerja sungguh-sungguh sehingga tujuan organisasi dapat terapai.

 Rasa puas bukan merupakan keadaan yang tetap karena dapat dipengaruhi oleh keadaan lain baik didalam maupun diluar lingkungan kerja. Kepuasan kerja mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap produktifitas suatu organisasi baik secara langsung dan tidak langsung. Ketidakpuasan merupakan titik awal dari munculnya masalah-masalah dalam organisasi seperti timbulnya kemangkiran kerja, konflik atasan dan bawahan, ketidakdisplinan dan masalah lain yang menyebabkan tergantungnya proses pencapaiannya tujuan perusahaan.

 Menurut Robbins (2009:101) “kepuasan kerja sebagai suatu sikap umum seorang individu terhadap pekerjaannya”.

 Menurut Sondang (2008:295) “kepuasan kerja merupakan suatu cara pandang seseorang baik yang bersifat positif maupun yang bersifat negatif tentang pekerjaan”.

 Kepuasan kerja merupakan aspek penting dalam diri seseorang dalam sebuah organisasi. Dengan demikian kepuasan kerja pada dirinya karyawan akan lebih mengacuh partisipasi dalam setiap kegiatan untuk mencapai tujuan perusahaan.

**2.2.2 Faktor-faktor mempengaruhi kepuasan kerja**

 Kepuasan seseorang berbeda-beda karena setiap karyawan memiliki batasan-batasan sendiri sejauh mana ia merasa puas atau tidak. Karena berbeda-beda, dapat digunakan beberapa aspek sabagai alat untuk mengukur kepuasan kerja karyawan.

 Menurut Mangkunegara (2007:118) kepuasan kerja dapat menciptakan dari faktor-faktor berikut :

a. *Turnover*

Kepuasan kerja yang tinggi dapat dihubungkan dengan turnover karyawan yang rendah. Sedangkan karyawan-karyawan yang kurang puas-puas biasanya tingkat turnover lebih tinggi.

b. Tingkat ketidakhadiran (absensi) kerja

Karyawan yang tinggi tingkat kepuasan kerjanya akan lebih rendah tingkat kemangkirannya. Seorang karyawan yang puas akan hadir di temapat tugas kecuali ada alasan yang benar-benar kuat yang menyebabkan ia mangkir. Sebaiknya karyawan yang merasa kurang puas atau tidak puas akan menggunakan sebagai alasan untuk tidak kerja.

c. Umur

Terdapat kecenderungan bahwa semakin lanjut usia karyawan, tingkat kepuasan kerjanya biasanya semakin tinggih, hal tersebut antara lain karena bagi karyawan yang sudah agak lanjut usia makin sulit memulai karir baru ditempat lain, sikap yang dan matang mengenai tujuan, harapan, keinginan dan cita-cita, gaya hidup yang sudah mapan. Sumber penghasilan yang relatif terjamin, adanya ikatan batin dan tali persahabatan antara yang bersangkutan dengan rekan-rekannya dalam organisasi.

d. Tingkat pekerja

Pada umumnya, semakin tinggi kedudukan seorang dalam suatu organisasi maka semakin tinggi pula tingkat kepuasannya, karena penghasilan yang dapat menjamin taraf hidup yang layak. Pekerjaan yang memungkinkan mereka menunjukan kemampuan kerjanya. Status sosial yang relatif tinggi didalam dan luar organisasi perusahaan.

e. Ukuran organisasi perusahaan

Para karyawan lebih menyukai lingkungan fisik yang tidak berbahaya atau yang nyaman. Selain itu, kebanyakan karyawan lebih suka bekerja tidak jauh dari rumah, dalam fasilitas yang bersih dan relatif modern dengan alat dan perlengkapan yang memadai.

f. Rekan kerja yang suportif

Dari bekerja yang mendapatkan lebih dari sekedar uang atau prestasi-prestasi yang berwujud, bagi sebagian karyawan kerja juga dapat mengisi kebutuhan akan interaksi sosial. Oleh karena itu, jika seorang karyawan memiliki rekan kerja yang suportif dan bersahabat dapat meningkatkan kepuasan kerja mereka.

g. Kesesuaian kepribadian dengan pekerjaan

Pada hakikatnya orang yang memiliki tipe kepribadian kongruen (sama dan sebangun dengan pekerjaan yang kereka pilih) mereka mempunyai bakat dan kemampuan yang tepat untuk memenuhi tuntutan dari pekerjaan mereka. Dengan demikian akan lebih besar kemungkinan untuk berhasil pada tersebut sehingga ia akan menyenangi pekerjaan yang digelutinya dan pada akhirnya akan mencapainya kepuasan yang tinggi dalam pekerjaan.

 Berdasarkan beberapa pendapat diatas maka dapat dipahami bahwa kepuasan kerja akan tercipta apabila faktor-faktor yang mempengaruhi terpenuhi tetapi apabila faktor-faktor yang mempengaruhi tidak terpenuhi akan terjadi ketidakpuasan kerja karyawan.

**2.3 Penelitian terdahulu**

Pada tabel 2.1 dibawah ini akan menampilkan beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan variabel penelitian ini.

**Tabel. 2.1**

**Tabel Penelitian Terdahulu dan Perbedaannya dengan**

**Penelitian sekarang**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nama** | **Judul** | **Tempat** | **Variabel** | **Hasil** |
| Asiyah2004  | PengaruhKomunikasiOrganisasiterhadap PrestasiKerja KaryawanBagian Produksi  | PerusahaanSepatuAriskonMojokerto  | 1. KomunikasiVertikal (X1)2. KomunikasiHorisontal (X2)3. Prestasi Kerja (Y) | Pengujian hipotesissecara simultandidapat bahwaFhitung > Ftabel (13,194> 3,07). Artinyabahwa secarabersama-samavariabel bebasberpengaruhsignifikan terhadapvariabel terikatprestasi kerja (Y).Pengujian hipotesissecara parsialdidapat bahwathitung ≥ ttabel (2,393 ≥ 1,980) thitung ≥ ttabel (3,409 ≥ 1,980)artinya bahwakedua variabelsangat berpengaruhterhadap Y.  |
| Rofi’ah2005  | PengaruhKomunikasiAntara Atasan dan Bawahan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan | PerusahaanKompor“KupuMas”Merjosari Malang | 1. KomunikasiInternal (X1)2. KomunikasiEksternal (X2)3. Kepuasan Kerja (Y) | Pengujian hipotesissecara simultanmenyimpulkanbahwa Fhitung > Ftabel (4,813 > 4,11) atau sig F < 5% (0,000 <0,05). Artinyabahwa secarabersama-samavariabel bebasberpengaruh secarasignifikan terhadapvariabel terikatkepuasan kerja (Y). Pengujian hipotesissecara parsialdidapat bahwa –t tabel ≤ thitung (-2,02 ≤2,02) dan nilaiprobabilitas (0,007)> 0,05 – ttabel ≤ thitung(-2,02 ≤ 2,254) dannilai probabilitas(0,012) < 0,05artinya keduavariabel sangatberpengaruhterhadap Y. |
| Nugroho2006  | PengaruhKomunikasi dan Motivasi terhadapkepuasan kerjakaryawan  | PT. PrabhaWiraDewataSidoarjo  | 1. Komunikasi (X1)2. Motivasi (X2)3. Kepuasan Kerja (Y) | Pengujianhipotesis secarasimultandidapatkan bahwaFhitung ≤Ftabel (1,634≤2,15) artinyasecara bersama- sama variabelkomunikasi(x1) dan Motivasi (X2)tidak berpengaruhterhadap kepuasan kerja (Y). Penguji hipotesis secara parsial didapatkan bahwa t hitung≥t tabel (2,363 ≥2,000) artinya bahwa variabel penyandian berpengaruh terhadap Y. |

**Sumber Data: Diolah**

 Sedangkan untuk penelitian saat ini adalah:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Judul** | **Tempat** | **Tahun** | **Variabel** |
| PengaruhKomunikasi terhadapKepuasan KerjaKaryawan | Kantor Pelayanan Pajak Pratama Palembang Ilir Timur | 2012 | 1. Komunikasi Vertikal (Komunikasi Keatas dan Komunikasi Kebawah)2. Komunikasi Horisontal |

**Sumber Data: Diolah**

**2.4 Hubungan Komunikasi dengan Kepuasan Kerja**

Mei (2004) dalam penelitiannya yang berjudul “Hubungan Gaya Komunikasi Pengetua dengan Kepuasan Kerja Guru” yang melibatkan 223 orang guru terlatih di sekolah menengah di daerah Sibu, Sarawak menyebutkan bahwa “Terdapat hubungan sederhana antara keterbukaan komunikasi pengetua dengan kepuasan kerja guru, hubungan kuat antara komunikasi ke atas pengetua dengan kepuasan kerja guru dan terdapat hubungan lemah di antara komunikasi ke bawah pengetua dengan kepuasan kerja”.

Sementara menurut sebuah survey dari *chartered Institute of Personnel and development* (CIPD) dan *Kingston University Business School,* Inggris (2006) menyatakan bahwa “Kehidupan di tempat kerja lebih sering menyerupai sebuah perkawinan yang rapuh. Hubungan antara pengusaha atau para mananjer dengan karyawannya ditandai dengan miskin komunikasi dan kadar kepercayaan yang rendah sekaligus menyebabkan rendahnya kinerja, produktivitas dan tingginya tingkat pergantian karyawan sebagai tanda minimnya kepuasan kerja”.

Dari dua penelitian tersebut dapat peneliti simpulkan bahwa terdapat hubungan antara komunikasi dengan kepuasan kerja (Widiatmoko, 2006:38-39).

**2.5 Kerangka Berfikir**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka dapat dikembangkan suatu kerangka berfikir atas rencana penelitian ini, yaitu pengaruh komunikasi terhadap kepuasan kerja. Terdapat beberapa hal yang perlu diketahui dalam hal ini adalah dalam perusahaan itu terdapat dua macam komunikasi yaitu internal dan eksternal. Komunikasi internal memiliki empat macam arah dan masing-masing memiliki unsur-unsur. Karena penelitian ini dilakukan dalam perusahaan yang berkeinginan untuk membuktikan bahwa kepuasan kerja dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukan oleh manajer, maka diambil komunikasi yang mengarah ke bawah, keatas, dan horisontal.

**Gambar. 2.2**

**Model kerangka berfikir pengaruh komunikasi terhadap**

**kepuasan kerja karyawan**

Komunikasi Vertikal (X1)

Kepuasan kerja (Y)

Komunikasi Horisontal (X2)

**Sumber: Data Diolah**

**PENJELASAN:**

 Agar kepuasan kerja karyawan dapat tercapai diperlukan komunikasi. Untuk itu komunikasi yang baik harus sesuai dengan macam-macam komunikasi agar informasi yang hendak disampaikan dapat diterima dengan baik oleh karyawan agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam menerima perintah. Sehingga secara umum komunikasi harus memenuhi kriteria sebagai berikut: komunikasi kebawah, komunikasi ketas, dan komunikasi horisontal. Dan apabila komunikasi tersebut dipenuhi atau dilakukan dengan baik maka kepuasan kerja karyawan dalam bekerja akan meningkat.

**2.6 Hipotesis**

Hipotesis menurut Arikunto, (2006:71), adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul.

**1. Model Konsep**

**Gambar. 2.3**

**Model Konsep**

Kepuasan Kerja

Komunikasi

**2. Model Hipotesis**

**Gambar. 2.4**

**Model Hipotesis**

Komunikasi (X)

Komunikasi Vertikal (X1)

Kepuasan kerja (Y)

Komunikasi Horisontal (X2)

**Sumber : Sugiyono, 2007:153**

Keterangan :

 Simultan

 Parsial

**3. Hipotesis Penelitian**

H1 : Diduga ada pengaruh yang signifikan antara komunikasi vertikal (X1) dan komunikasi horisontal (X2) secara simultan terhadap kepuasan kerja karyawan (Y).

H2 : Diduga ada pengaruh yang signifikan antara komunikasi vertikal (X1) dan komunikasi horisontal (X2) secara parsial terhadap kepuasan kerja karyawan (Y).